

PERANCANGAN PROMOSI KEINDAHAN DAN KEBUDAYAAN AMBON MELALUI MEDIA AUDIO VISUAL

William Jauw¹, Dr. Prayanto widyo H., Drs. Msn.², Hen Dian Yudani,S.T.,M.Ds.³

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jl. Malibu Beach f7/27, Surabaya

2. Jurusan Desain Komunikasi Visual, Surabaya

Email: will_net@yahoo.com

Abstrak

Video ini memperlihatkan keindahan dan kebudayaan di kota Ambon Provinsi Maluku, berupa film dokumenter. Dengan perancangan film dokumenter ini diharapkan dapat memberikan informasi yang terkandung dalam film ini dan masyarakat Indonesia dapat mengenal juga keindahan dan kebudayaan daerah Ambon, agar memiliki moral dan pengetahuan tentang keindahan dan budaya bangsa yang baik.

Kata kunci: Film, Dokumenter, Moral, Keindahan, Maluku, Kebudayaan, Perancangan.

Abstract

Title:

This video shows the beauty and culture of the city of Ambon in Maluku Province. with the design of this documentary, is expected to provide information that is contained and Indonesian society can recognize the beauty and culture of Ambon, so that they can have good moral values and knowledges about Indonesian's unique cultures.

Keywords: Film, Documentary, Moral , Beauty, Moluccas, Culture, Design

Pendahuluan

Indonesia adalah sebuah Negara kepulauan, yang memiliki beragam keindahan dan kebudayaan yang sepatutnya dijaga dan dipelihara. Ambon salah satunya, Ambon memiliki pemandangan alam yang sangat indah dan kebudayaan yang cukup menarik. Ada begitu banyak objek wisata alam yang masih sangat alami dan belum begitu dikenal. Belum digali, diolah, dan dikenal. Kurangnya wisatawan yang tidak mengenal Kota Ambon membuat objek wisata dan kebudayaan Ambon kurang di kenal di Indonesia. Kebanyakan orang hanya mengenal wisata yang menyenangkan di Indonesia hanya Bali.

Kota Ambon hanya dikenal sebagai tempat yang suka membuat masalah, hanya karena dulu pernah terjadi kericuhan selama 5 tahun di kota Ambon dan sekitar Maluku. Tapi pariwisata dan kebudayaan Ambon terus meningkat pasca kerusuhan, semakin dikenal wisatawan. Menurut Prof. Lokolo(Mantan Kepala Dinas Kebudayaan Ambon) mengatakan bahwa “

Pasca kerusuhan di Ambon, Pariwisata dan Kebudayaan Ambon mengalami kemajuan dari sebelumnya, contohnya setelah kericuhan Ambon selesai, kapal-kapal Pesiar yang berisikan wisatawan semakin banyak yang berkunjung di Ambon, tanpa ada rasa takut”. Dan berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Maluku, Kamis (7/3/2013), jumlah pengunjung wisatawan mancanegara (wisman) sepanjang 2012 sebanyak 17.820 orang. Jumlah ini tertinggi dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Sebagai contoh, jumlah wisman tahun 2011 sebanyak 15.603 orang dan pada 2010 sejumlah 10.059 orang. Jumlah tersebut bahkan melampaui jumlah wisatawan sebelum konflik sosial di Maluku, tahun 1999-2004. Sebelum konflik, jumlah kunjungan wisatawan setiap tahun hanya 14.500 orang. Kepala Dinas Pariwisata Maluku, Vera Tomaso mengatakan, tingginya jumlah wisatawan ini menunjukkan pariwisata dan kebudayaan di Maluku mempunyai potensi . Mereka sudah yakin kondisi di Maluku telah aman.

Banyak tempat pariwisata dan kebudayaan di Ambon yang dapat menjadi tujuan untuk liburan. Ada 4 pantai yang terkenal di Ambon. Yang pertama adalah pantai Liang. Pantai ini pernah didaulat oleh Badan Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP) sebagai pantai terindah di Indonesia pada tahun 1990, kedua adalah pulau Pombo, pulau ini tidak berpenghuni, tapi di pulau ini memiliki keindahan bawah laut yang indah, yang ketiga adalah Pintu Kota akan memberikan pemandangan yang tidak kalah menariknya, karena dipantai ini terdapat batu karang setinggi 20 meter dengan lubang tepat ditengahnya. Pintu Kota sering dijadikan sebagai objek foto, yang terakhir adalah Pantai Ora, disini sudah terdapat penginapan, ada 2 jenis penginapan, ada yang diatas laut dan didarat, di Ora memiliki keindahan bawah laut yang bisa dibilang indah, disana memiliki akses untuk diving dan snorkling.

Banyak tempat wisata dan kebudayaan di Ambon yang memiliki potensi untuk dijadikan tujuan berwisata. Beberapa cara sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Ambon untuk melakukan promosi. Sejumlah cara telah dilakukan, diantaranya menciptakan pergelaran pariwisata untuk memikat lebih banyak wisatawan. Beberapa promosi yang sudah dilakukan adalah Pesta Teluk Ambon, Lomba Kapal Layar Darwin (Australia)-Ambon, dan Ambon Jazz Plus Festival. Penyelenggaraan acara ini akan dilakukan berdekatan, Agustus-Oktober.

Metode dan Tinjauan Teori

Dalam tugas akhir Perancangan Promosi Keindahan dan Kebudayaan Ambon melalui media Audio Visual ini penulis menggunakan beberapa metode perancangan yaitu sebagai berikut:

Metode Pengumpulan Data

a. Data Awal

Data yang dibutuhkan dalam proses perancangan promosi ini adalah data tentang Ambon dengan segala isinya, yang dapat menarik perhatian dan minat serta bagus untuk diangkat menjadi sebuah film.

b. Lokasi Pengumpulan Data

Dilakukan di Indonesia, provinsi Maluku, kota Ambon dan sekitarnya, hal tersebut disebabkan karena proses perancangan promosi ini dilakukan di kota tersebut. Jadi untuk pengumpulan data tentang Ambon dilakukan disana.

c. Pihak atau Nara Sumber yang Terkait

Pihak Pemerintahan Kota dan masyarakat Ambon pada umumnya, orang-orang yang terkait dan memahami tentang keindahan Ambon.

d. Alat/ Model

Alat yang dipergunakan untuk melakukan proses perancangan film yaitu wawancara yang dilakukan untuk memperoleh data-data lebih detail tentang

berbagai hal yang berkaitan dengan film itu sendiri dan data-data tentang Ambon itu sendiri.

Metode Analisa Data

Analisis Kualitatif Deskriptif

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif, karena objek penelitian berupa keindahan yang terkait langsung dengan kebudayaan suatu masyarakat.

Metode kualitatif Deskriptif ini dinilai sebagai metode yang tepat untuk meneliti berbagai aspek dalam kehidupan dengan kondisi dan karakteristik sosial budayanya dalam bentuk beragam aktifitas dan produknya

Teori

Promosi merupakan upaya menyesuaikan produk pariwisata dengan permintaan wisatawan, sehingga produk menjadi lebih menarik. Kegiatan promosi itu merupakan suatu kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat. Dalam kegiatan promosi itu diadakan usaha untuk memperbesar daya tarik produk terhadap calon konsumen

Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan urusan dan kebutuhan seseorang yang melakukan perjalanan. Perjalanan dilakukan karena didorong oleh berbagai tujuan atau kepentingan, seperti berlibur, mengunjungi keluarga atau kenalan, memulihkan kesehatan, mengikuti atau melaksanakan suatu misi, urusan bisnis, dan sebagainya.

Perjalanan wisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan seseorang ke suatu (beberapa) tempat atau daerah atau negara lain di luar tempatnya bermukim. Dengan demikian, urusan dan gejala yang ditimbulkan oleh orang-orang yang melakukan perjalanan wisata melibatkan semua pihak didaerah atau negara yang dikunjungi atau disinggahinya.

Hakekat dari orang-orang yang melakukan perjalanan wisata adalah mengharapkan kepuasan dan menikmati perjalanan itu. Tuntutan keinginan dan harapan orang-orang yang melakukan perjalanan wisata pada umumnya meliputi rasa aman, suasana yang tertib, teratur dan tenang, diperlukan dan dilayani dengan baik, disambut dengan keramahan, melihat yang indah-indah, yang unik dan menarik, tidur hotel yang bersih dan nyaman, makan makanan yang lezat, serta mendapatkan pengalaman yang tak terlupakan dan merupakan kenangan yang indah.

Istilah Dalam Pariwisata

a. Wisata

Undang-undang Republik Indonesia NO. 10 Tahun 2009 pasal 1 Tentang Kepariwisata mengartikan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang

dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

b. Wisatawan

Dalam buku “bahan baku Penyuluhan Sadar Wisata”(9) mengartikan bahwa wisatawan adalah setiap orang yang melakukan perjalanan dan persinggahan sementara diluar tempat tinggalnya untuk keperluan apapun kecuali mencari nafkah tetap/gaji.

Ciri-ciri yang menentukan seseorang sebagai wisatawan adalah :

1. Melakukan perjalanan diluar tempat tinggalnya sehubungan dengan berbagai keperluan seperti rekreasi, liburan, pengobatan/kesehatan, pendidikan, ilmu pengetahuan, ibadah, olahraga, misi-misi kesenian, tugas-tugas pekerjaan, usaha bisnis, serta konferensi dan pameran.
2. Melakukan perjalanan dan persinggahan di tempat lain untuk sementara waktu tanpa bermaksud menetap di tempat yang dikunjungi.
3. Melakukan perjalanan diluar tempat tinggalnya tidak dengan maksud untuk memperoleh penghasilan tetap/gaji ditempat yang dikunjunginya. Pengertian wisatawan dalam hal ini meliputi wisatawan nusantara dan manca negara.

c. Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 pasal 1 Tentang Kepariwisataan (9) mengartikan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintahan dan Pemerintah Daerah. “Buku Bahan Baku Penyuluhan Sadar Wisata” mengartikan bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau di negara lain dengan menggunakan kemudahan, jasa, dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan. Wahab menjelaskan pariwisata adalah salah satu jenis industri baru mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup, serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga meliputi industri- industri kerajinan tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai industri.

d. Kepariwisataan

kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi

antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Yoeti menjelaskan kepariwisataan adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dari pendiaman orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asal pendiam tersebut tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktifitas yang bersifat sementara

e. Daya Tarik Wisata

Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 pasal 1 Tentang Kepariwisataan (9) mengartikan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sedangkan Bagyono menjelaskan bahwa hal atau sesuatu yang menyebabkan wisatawan datang kesuatu tempat disebut daya tarik atau atraksi wisata. Suatu obyek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga persyaratan berikut: *Something to see* (ada yang di lihat), *Something to do* (ada yang dikerjakan), dan *Something to buy* (ada yang dibeli/souvenir).

Kata media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata medium yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Dalam bahasa arab, *medoe* yang artinya perantara antara pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Bahwa media sebagai bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, gagasan atau pendapat yang dikemukakan itu sampai pada penerima yang dituju. Media adalah pembawa pesan yang berasal dari suatu sumber pesan (yang dapat berupa orang atau benda) kepada penerima pesan.

Media merupakan sarana atau alat komunikasi yang menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat. Media merupakan alat komunikasi dalam periklanan, maka media memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan kepada *target audience*. Media periklanan meliputi segenap perangkat yang dapat memuat atau membawa pesan-pesan penjualan kepada calon pembeli. Penentuan media bertujuan untuk mempermudah proses penyampaian pesan dalam sebuah iklan. Karena media menciptakan hubungan yang dibutuhkan antara si pembuat iklan dan masyarakat. Terutama dalam iklan layanan masyarakat, pesan yang terpenting, karena tidak ada pertimbangan keuntungan yang diharapkan oleh pihak penyelenggara. Laba memang bukan menjadi tujuan utamanya, jika pesan tidak tersampaikan maka iklan layanan masyarakat tersebut dapat digagalkan dalam upayanya memperbaiki keadaan sosial masyarakat. Oleh sebab itulah pemilihan media-media berikut didasarkan atas pemikiran bahwa media-media tersebut akan mampu berbicara langsung kepada khalayak sasaran yang spesifik, sehingga mendatangkan *impact* yang terarah pula. Sebuah iklan

layanan masyarakat biasanya akan menggunakan prinsip pengulangan pesan dengan nada bicara dan kesan yang berbeda-beda pada beberapa media. Hal ini sekali lagi ditekankan supaya khalayak sasaran dapat merasakan pengulangan sehingga pesan yang ingin disampaikan semakin dekat dan semoga semakin tertanam dalam benak khalayak sasaran. Seakan-akan diingatkan terus menerus tentang suatu pesan yang ingin disampaikan lewat perancangan ini tidak mubazir, tapi sedikit semakin dekat dan teringat dan semoga dapat merubah situasi dan kondisi masyarakat ke arah yang lebih baik.

Dalam membuat sebuah perancangan tentu unsur-unsur desai dalam berbagai media akan mempengaruhi ketertarikan konsumen atau wisatawan mempengaruhi dalam penentuan segmen konsumen yang hendak dipengaruhi. Oleh karena itu untuk mendukung tersampainya pesan yang hendak kita sampaikan melalui berbagai media yang digunakan perlu diketahui beberapa prinsip-prinsip layout:

a. Kesatuan (*unity*)

Sebuah iklan terdiri dari elemen-elemen berupa headline, subheadline, ilustrasi, teks, logo produk atau produsen, atau slogan dan lain-lainnya. Semua elemen ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu komposisi yang baik dan enak dilihat.

a. Variasi

Untuk menghindari kesan monoton, sebuah iklan harus dibuat bervariasi dalam beberapa hal, misalnya ketebalan dan ukuran huruf yang dipergunakan: bold atau light, besar atau kecil.

b. Keseimbangan

Didalam suatu iklan media cetak, titik atau garis dengan keseimbangan tidak terletak ditengah-tengah, tetapi merupakan ruang yang membagi daerah iklan

c. Irama

Dalam melihat sebuah iklan, mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar. Jadi, sebaiknya iklan mulai dengan headline, subheadline, teks, sehingga akhirnya nama produsen dan nama alamatnya atau kupon yang dapat digunting oleh pembaca.

d. Harmonisasi

Bagian-bagian dari suatu layout sebaiknya dirancang secara harmonis tetapi tidak monoton. Harmonisasi dapat dianalogikan sebagai wajah manusia yang dilihat dari arah depan.

e. Proporsi

Buku, surat, majalah, katalog, atau selebaran biasanya mempunyai ukuran seperti ini selalu tampak lebih manis daripada sebuah bujur sangkar yang keempat sisinya sama atau sama panjang.

f. Perbandingan

Perpaduan antara warna gelap dan warna terang akan menghasilkan sesuatu tertentu dilama layout

Video merupakan rekaman gambar hidup atau program televisi untuk ditayangkan lewat pesawat

televisi, atau dengan kata lain video merupakan tayangan gambar bergerak yang disertai dengan suara. Video sebenarnya berasal dari bahasa Latin, *video-vidi-visum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat. Media video merupakan salah satu jenis media audio visual. Media audio visual adalah media yang mengandalkan indera pendengaran dan indera penglihatan. Media audio visual merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam pembelajaran menyimak. Media ini dapat menambah minat siswa dalam belajar karena siswa dapat menyimak sekaligus melihat gambar.

Video merupakan gambar-gambar dalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan, bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual yang dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

Dapat disimpulkan bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual dan dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Video menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, meningkatkan atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

a. Kelebihan media audio visual :

1. Video menambah suatu dimensi baru di dalam pembelajaran, video menyajikan gambar bergerak dan suara yang menyertainya.
2. Video dapat menampilkan suatu fenomena yang sulit untuk dilihat secara nyata.

b. Kelemahan media video yaitu :

1. Pengadaannya memerlukan biaya mahal
2. Tergantung pada enery listrik, sehingga tidak dapat dihidupkan di segala tempat.
3. Sifat komunikasinya searah, sehingga tidak dapat memberikan peluang untuk terjadinya umpan balik.

Jenis-Jenis Genre Film

Film memiliki jenis-jenis genre, antara lain :

a. Film Action

Film ini biasanya bercerita tentang hal-hal yang berhubungan dengan tembak-tembakan, balapan, perkelahan, kepolisian, penjahat, detektif dan hal lain yang sejenisnya. Film action ini juga biasa disebut sebagai film laga. Film action ada yang

Perpaduan antara warna gelap dan warna terang akan menghasilkan

berbentuk serial dan ada juga yang 'one case' (satu cerita selesai).

b. Film Thriller

Dalam bahasa Inggris, thriller diartikan sebagai petualangan yang mendebarkan. Film thriller ini jenisnya seperti film horror.

c. Film Komedi

Film komedi merupakan cerita lucu, lawakan, adegan konyol dan hal-hal yang membuat tertawa yang disusun menjadi sebuah cerita dalam sebuah film.

d. Film Adventure (Petualangan)

e. Film Kartun

Film kartun merupakan film yang pemeran-pemerannya adalah kartun / animasi gambar bergerak. Film ini dibuat dari gambar-gambar yang dikumpulkan, kemudian disatukan dengan media komputer dan program animasi sehingga menjadi sebuah film.

f. Film Dokumenter

Film dokumenter adalah film yang dibuat secara amatir oleh orang / sekelompok orang yang bertujuan untuk mendokumentasikan sebuah perjalanan hidup bersama kelompok tersebut selama beberapa waktu. Film ini biasanya dibuat untuk mengenang sebuah kebersamaan dari waktu ke waktu.

g. Film Romantis (CINTA)

Film romantis atau film cinta ini paling banyak digemari oleh kaum muda di Indonesia, terutama wanita. Film Cinta adalah film yang menceritakan kisah cinta dua insan yang menjalani sebuah perjalanan percintaan.

h. Film Musikal

Film musikal adalah film yang dibekali dengan unsur-unsur musik didalamnya berupa nyanyian-nyanyian, lagu, dlsb. Film jenis ini banyak menampilkan adegan menyanyi disaat tokoh didalamnya mengalami keadaan tertentu. Film musikal ini memadukan seni musi dengan seni perfilm-an.

Film dokumenter merupakan rekaman kejadian sebenarnya, tanpa interpretasi imajinatif seperti halnya dalam film fiksi. Bila pada film fiksi latar belakang (*setting*) adegan dirancang, pada dokumenter latar belakang harus spontan otentik dengan situasi dan kondisi asli (apa adanya). Unsur film dokumenter harus ada perkembangan dan perubahan fakta-fakta, jangan terlalu lama berdiam pada sebuah situasi statis, juga harus memperhatikan detail penjabaran sebuah informasi sangat dibutuhkan, karena dituntut kreativitas untuk menciptakan perkembangan dari susunan adegan sesuai tuntutan periodisasi dari kronologi peristiwa tersebut. Sebuah film dokumenter yang apik harus mengandung dan mampu memperlihatkan kekuatannya, dalam membuat kehidupan sehari-hari menjadi dramatik, dan masalah yang jadi menjadi suatu puisi. Di dalam pembuatan film dokumenter tentu mengikuti tahapan-tahapan kerja yang baik dan jelas.

Perkembangan film dokumenter sangat pesat dan beragam, tetapi ada beberapa unsur yang tetap dalam penggunaannya, yakni unsur-unsur visual dan verbal seperti:

A. Unsur Visual

Perkembangan dokumenter dan genre-nya saat ini sudah sangat pesat dan beragam tetapi ada beberapa unsur yang tetap dan penggunaannya, yakni unsur-unsur visual :

1. *Observasionalisme reaktif*, pembuatan film dokumenter dengan bahan yang sebisa mungkin diambil langsung dari subyek yang difilmkan. Hal ini berhubungan dengan ketepatan pengamatan oleh pengarah kamera atau sutradara.
2. *Observasionalisme proaktif*, pembuatan film dokumenter dengan memilih materi film secara khusus sehubungan dengan pengamatan sebelumnya oleh pengarah kamera atau sutradara.
3. Mode *Ilustratif*, pendekatan terhadap film dokumenter yang berusaha menggambarkan secara langsung tentang apa yang dikatakan oleh narator (yang direkam suaranya sebagai *voice over*).
4. Mode *asosiatif*, pendekatan dalam film dokumenter yang berusaha menggunakan potongan-potongan gambar dengan berbagai cara. Dengan demikian, diharapkan artimetaphor dan simbolis yang ada pada informasi harafiah dalam film itu, dapat terwakili.

B. Unsur Verbal

Perkembangan dokumenter dan genre-nya saat ini sudah sangat pesat dan beragam tetapi ada beberapa unsur yang tetap dan penggunaannya, yakni unsur-unsur verbal :

- a. *Overheard exchange*, rekaman pembicaraan antara dua sumber atau lebih yang terkesan direkam secara tidak sengaja dan secara langsung.
- b. Kesaksian, rekaman pengamatan, pendapat atau informasi, yang diungkapkan secara jujur oleh saksi mata, pakar dan sumber lain yang berhubungan dengan subjek dokumenter. Hal ini merupakan tujuan utama dari wawancara.
- c. Eksposisi, penggunaan *voice over* atau orang yang langsung berhadapan dengan kamera, secara khusus mengarahkan penonton yang menerima informasi dan argumen-argumennya.

Tahapan pertama ialah praproduksi, praproduksi merupakan tahapan kerja terpenting atau utama dalam setiap produksi film, juga televisi, baik fiksi maupun dokumenter. Produksi film mampu berjalan lancar dan sukses karena berangkat dari persiapan produksi yang mantap.

Identifikasi Data

Sejarah Kota Ambon

Pada tahun 1575, saat dibangunnya Benteng Portugis di Pantai Honipopu, yang disebut Benteng Kota Laha

atau Ferangi, kelompok-kelompok masyarakat kemudian mendiami sekitar benteng. Kelompok-kelompok masyarakat tersebut kemudian dikenal dengan nama Soa Ema, Soa Kilang, Soa Silale, Hative, Urimesing dan sebagainya. Kelompok-kelompok masyarakat inilah yang menjadi cikal bakal terbentuknya Kota Ambon. Dalam perkembangannya, kelompok-kelompok masyarakat tersebut telah berkembang menjadi masyarakat Geneologis teritorial yang teratur. Karena itu, tahun 1575 dikenal sebagai tahun lahirnya Kota Ambon. Pada tanggal 7 September 1921, masyarakat Kota Ambon diberi hak yang sama dengan Pemerintah Colonial, sebagai manifestasi hasil perjuangan Rakyat Indonesia asal Maluku. Momentum ini merupakan salah satu momentum kekalahan politis dari Bangsa Penjajah dan merupakan awal mulanya warga Kota Ambon memainkan peranannya di dalam Pemerintahan seirama dengan politik penjajah pada masa itu, serta menjadi modal bagi Rakyat Kota Ambon dalam menentukan masa depannya. Karena itu, tanggal 7 September ditetapkan sebagai tanggal kelahiran Kota Ambon.

Sejarah Penentuan Lahirnya Kota Ambon

Hari lahir atau hari jadi kota Ambon telah diputuskan jatuh pada tanggal 7 September 1575 dalam suatu seminar di Kota Ambon. Bagaimana penentuan hari jadi kota kita yang telah berumur ratusan tahun itu, sejarahnya dapat dijelaskan sebagai berikut : Bahwa yang mengambil inisiatif atau gagasan untuk mencari dan menentukan hari jadi atau hari lahir Kota Ambon adalah Walikotamadya Kepala Daerah Tingkat II Ambon Almarhum Letnan Kolonel Laut Matheos H. Manuputty (Walikota yang ke- 9).

Untuk itu dikeluarkannya Surat Keputusan Walikotamadya Kepala Daerah tingkat II Ambon tertanggal 10 Juli 1972 nomor 25/KPTS/1972 yang diubah pada tanggal 16 Agustus 1972, yang isinya mengenai pembentukan Panitia Khusus Sejarah Kota Ambon dengan tugas untuk menggali dan menentukan hari lahir kota Ambon. Kemudian dengan suratnya tertanggal 24 Oktober 1972 nomor PK. I/4168 selaku Panitia Khusus Sejarah Kota Ambon menyerahkan tugasnya itu kepada Fakultas Keguruan Universitas Pattimura untuk menyelenggarakan suatu seminar ilmiah dalam rangka penentuan hari lahir Kota Ambon.

Selanjutnya pada tanggal 26 Oktober 1972 Pimpinan Fakultas Keguruan mengadakan rapat dengan pimpinan Jurusan Sejarah dan hasilnya adalah diterbitkannya Surat Keputusan Dekan Fakultas Keguruan Universitas pattimura tertanggal 1 Nopember 1972 nomor 4/1972 tentang pembentukan Panitia Seminar Sejarah Kota Ambon. Seminar sejarah ini berlangsung dari tanggal 14 sampai dengan 17 Nopember 1972, dihadiri oleh kurang lebih dua

ratus orang yang terdiri dari unsur-unsur akademis, Tokoh Masyarakat dan Tokoh adat serta aparat Pemerintah Kodya Ambon maupun Provinsi Maluku.

Seminar berlangsung dari tanggal 14 sampai 17 Nopember 1972 itu akhirnya menetapkan hari lahir kota Ambon pada tanggal 7 September 1575. Bahwa tahun 1575 diambil sebagai patokan pendirian kota Ambon ialah berdasarkan fakta-fakta sejarah yang dianalisa dimana sekitar tahun tersebut sudah dimulai pembangunan benteng "Kota Laha" didataran Honipopu dengan mengerahkan penduduk di sekitarnya oleh penguasa Portugis seperti penduduk negeri / desa Kilang, Ema, Soya, Hutumuri, Halong, Hative, Seilale, Urimesing, Batu Merah dll. Benteng Portugis yang dibangun diberi nama "Nossa Senhora de Anuneiada". Dalam perkembangannya kelompok pekerja benteng mendirikan perkampungan yang disebut "Soa" Kelompok masyarakat inilah yang menjadi dasar dari pembentukan kota Ambon kemudian (Citade Amboina) karena di dalam perkembangan selanjutnya masyarakat tersebut sudah menjadi masyarakat geneologis teritorial yang teratur.

Pemukiman dan aktifitas masyarakat disekitar Benteng makin meluas dengan kedatangan migrasi dari utara terutama dari Ternate, baik orang-orang Portugis maupun para pedagang Nusantara sebagai akibat dari pengungsian orang-orang portugis dari kerajaan Ternate yang dipimpin oleh Sultan Baabullah. Peristiwa kekalahan Portugis tersebut membawa suatu konsekuensi logis dimana masyarakat di sekitar Benteng Kota Laha itu makin bertambah banyak dengan tempat tinggal yang sudah relatif luas sehingga persyaratan untuk berkembang menuju kepada sebuah kota lebih dipenuhi.

Selanjutnya tentang penetapan tanggal 07 September didasarkan pada peninjauan fakta sejarah bahwa pada tanggal 07 September 1921, masyarakat kota Ambon diberikan hak yang sama dengan Pemerintah Kolonial Belanda sebagai hasil manifestasi perjuangan Rakyat Indonesia asal Maluku di bawah pimpinan Alexander Yacob Patty untuk menentukan jalannya Pemerintahan Kota melalui wakil-wakil dalam Gemeenteraad (Dewan Kota) berdasarkan keputusan Gubernur Jenderal tanggal 07 September 1921 nomor 07 (Staatblad 92 Nomor 524). Ditinjau dari segi politik nasional, momentum ini merupakan saat penentuan dari Pemerintahan Kolonial Belanda atas segala perjuangan rakyat Indonesia di Kota Ambon yang sekaligus merupakan suatu momentum kekalahan politis dari bangsa penjajah. Ditinjau dari segi yuridis formal, tanggal 07 September merupakan hari mulainya kota memainkan peranannya di dalam pemerintahan seirama dengan politik penjajah dewasa itu. Momentum inilah yang menjadi wadah bagi rakyat Kota Ambon di dalam menentukan masa depan. Dilain pihak, kota Ambon sebagai daerah

Otonom dewasa ini tidak dapat dilepaspisahkan daripada langka momentum sejarah.

Setelah Seminar Sejarah Kota Ambon yang berlangsung tanggal 14 sampai 17 Nopember 1972 berhasil menetapkan tanggal 7 September 1575 sebagai Hari lahir Kota Ambon, maka untuk pertama kalinya pada tanggal 7 September 1973 Hari lahir Kota Ambon diperingati

Jenis ProsuK Wisata Alam

A. Pantai Liang

Badan Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP) mendaulat pantai di Maluku Tengah ini sebagai tempat terindah di Indonesia pada 1990. Ini karena pemandangan bawah lautnya begitu memikat. Nama populer pantai ini sesuai dengan lokasinya: Desa Liang, Kecamatan Salahutu, Kabupaten Maluku Tengah. Nama lainnya Pantai Hunimua.

Pasir putih menghampar sepanjang sekitar 1 kilometer dengan lebar 300 meter ini. Ada bulan-bulan khusus saat pantai terasa teduh dan hanya ada sedikit angin, yaitu September-November dan April-Mei. Pada bulan lain, Pantai Liang cenderung keruh akibat ombak besar.

Banyak angkutan menuju Hunimua, yang jaraknya sekitar 40 kilometer dari Bandar Udara Internasional Pattimura. Selain taksi, ada bus Trans Amboina bertarif Rp 10 ribu. Jalannya mulus sehingga waktu tempuh hanya 30 menit.

B. Pulau Pombo

Pantai Pulau Pombo sangat jernih, berisi beragam flora dan fauna Pulau Pombo kini menjadi kawasan cagar alam dengan sebutan Taman Laut Pulau Pombo. Pemerintah melalui Menteri Pertanian Republik Indonesia telah menetapkan Pulau Pombo sebagai kawasan suaka alam dengan status Cagar Alam/TamanLaut.

Keindahan Pulau Pombo serta jaminan kawasan cagar alam pemerintah berupa taman laut membuat para penyelam setelah tiba, tidak akan berlama-lama menikmati kenyamanan yang disuguhkan pantainya. Mereka langsung menceburkan diri. Untuk Snorkeling dan diving penyelam wajib membawa sendiri peralatan berupa masker selam dan snorkel, serta alat bantu gerak berupa kaki katak (sirip selam) guna menambah daya dorong kaki pada saat menyelam, karenaperalatan Snorkeling dan diving tidak disediakan di Pulau Pombo.

Eksotisme pulau yang konon memiliki kekuatan magis di malam hari tersebut kontras dengan keindahan terumbu karang bila air laut sedang surut di pagi hari. Kejernihan airlautnya, pasir putih bersih, Pulau Pombo diam-diam menyimpan unggas yang dilindungi pemerintah. Selain terdapat ikan dan

berbagai jenis terumbu karang unik, kita akan menemui burung endemik Burung Pombo (Duculabicolor).

Pulau Pombo sebagai salah satu kawasan andalan Snorkeling dan diving berpotensi tinggi menambah pendapatan asli daerah dari sektor pariwisata khususnya wisata bahari.

C. Pintu Kota

Pintu Kota merupakan salah satu pantai di daerah sekitar kota Ambon yang menyimpan keunikan tersendiri yaitu terdapatnya lubang besar yang menerobos tebing karang sampai tembus di kedua sisinya. Pada bagian karang yang berlubang tersebut apabila kita berdiri di pinggir pantai, maka kita dapat melihat laut secara langsung melalui lubang tersebut. Pantai Pintu Kota berbentuk teluk merupakan jenis pantai berkarang dan berbatu. Bagian bibir pantai yang berpasir hanya sedikit saja. Dari tempat parkir menuju lokasi pantai kita harus menuruni tangga yang agak curam dan sempit, yang kalau basah harus berhati-hati supaya tidak tergelincir. Di lokasi pantai terdapat pondokan-pondokan untuk tempat berteduh dan beristirahat dengan rimbunnya pepohonan yang cukup besar. Perjalanan untuk mencapai lokasi dari kota Ambon yang berjarak lebih kurang 15-16 km dapat ditempuh dengan waktu lebih kurang 1 jam perjalanan dengan kendaraan sedan jenis SUV/MPV. Disamping itu juga dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan sepeda motor dan kendaraan angkutan umum. Sepanjang perjalanan menuju lokasi kita juga disuguhkan pemandangan alam yang masih asri dan natural yang tak kalah menariknya. Potensi pantai Pintu Kota disamping untuk tempat wisata pantai juga dapat digunakan untuk acara pemotretan Prewedding, Wedding, modeling, fashion dan juga produk Iklan atau film. Tempat parkir kendaraan yang cukup luas juga membuat para pengunjung merasa nyaman.

D. Pantai Ora

Pantai Ora merupakan sebuah resort yang dikenal dengan Ora Beach Resort, yaitu berupa resort sekaligus destinasi wisata yang menawarkan keindahan Pantai Ora sebagai menu utamanya. Di pantai ini kita dapat menikmati sarana *snorkling* dan *diving*.

Analisis Data SWOT

a. Kekuatan (*Strength*)

Kota Ambon memiliki objek wisata yang dapat bersaing dengan tempat wisata lainnya, seperti pantai Liang, pantai Liang pernah didaulat sebagai tempat terindah di Indonesia pada 1990, karena pemandangan bawah lautnya begitu memikat, pasir putih menghampar sekitar 1 kilometer lebar 300 meter. Kota Ambon juga memiliki Pantai Ora yang sekarang sedang diminati banyak wisatawan dari luar Ambon, Pantai ora memiliki keindahan yang indah dan yang

menjadi daya tarik adalah penginapan yang berada diatas air laut. Berikutnya Pintu Kota, pantai ini memiliki yang keunikan tersendiri yaitu terdapatnya lubang besar yang menerobos tebing karang sampai tembus di kedua sisinya. Pada bagian karang yang berlubang tersebut apabila kita berdiri di pinggir pantai, maka kita dapat melihat laut secara langsung melalui lubang tersebut. Pantai Pintu Kota berbentuk teluk merupakan jenis pantai berkarang dan berbatu.

b. Kekurangan (*Weaknes*)

Kekurangan dari Kota Ambon adalah akses serta infrastruktur yang masih minim sehingga susah untuk mencapai beberapa objek wisata seperti Pintu Kota Pantai Ora dan Pintu Kota yang dikarenakan kondisi jalan yang cukup buruk. Dibeberapa tempat masih belum adanya manajemen yang baik sehingga wisatawan kurang mendapatkan informasi lengkap.

c. Peluang (*opportunity*)

Kota Ambon memiliki peluang yang cukup besar karena dari tahun ketahun jumlah wisatawan terus meningkat, itu membuktikan bahwa masyarakat semakin mengenal bahwa terdapat wisata yang indah di kota Ambon. Pemerintah hanya cukup mempromosikan dan membenahinya supaya wisatawan semakin meningkat.

d. Ancaman (*Threat*)

Adapun ancaman yang dimiliki Kota Ambon adalah sering terjadinya kericuhan yang mudah dipicu, sehingga dapat membawa dampak yang buruk ke semua aspek, termasuk pariwisata dan kebudayaan

Konsep Perancangan

Film dibentuk di dalam jenis film dokumenter yang berisikan tentang keindahan dan kebudayaan Ambon, serta dimuat pendapat-pendapat dari berbagai pakar baik dari dinas pariwisata maupun wisatawan dari luar. Bahasa yang digunakan di dalam film ini adalah bahasa Indonesia dan dilengkapi dengan subtitle bahasa Indonesia.

Di dalam video dokumenter ini dihadirkan beberapa pakar terpercaya seperti:

1. Prof. Lokolo (mantan kepala dinas pariwisata Ambon)
2. Jemmy Tohatta (dinas pariwisata Ambon)
3. Ryan dan Luna (wisatawan yang berkunjung di Ambon)
4. Kevin Ip(Masyarakat diluar Ambon)

Pembahasan

Tujuan Kreatif

Perancangan film dokumenter perjalanan wisata Ambon adalah berusaha menyajikan perjalanan ke semua tempat wisata yang memiliki potensi, dan akan memperlihatkan sekilas kebudayaan, tempat bersejarah dan kehidupan di Ambon.

Tujuan kreatif dari film dokumenter ini adalah dibuat dan diangkat untuk memperkenalkan wisata dan budaya Ambon yang memiliki potensi dan keunikan yang khas dibandingkan daerah lain, serta layak untuk dijadikan tempat untuk berwisata. Selain itu, dengan adanya film ini *target audience* dapat mengetahui apa saja yang ada di Ambon.

Strategi Kreatif

a. Isi Pesan

Menampilkan segala sesuatu tentang keunikan tempat-tempat wisata, budaya, dan makanan di Ambon, yang ditampilkan melalui film dokumenter.

b. Bentuk Pesan

Sebagaimana sebuah produksi dokumenter, dalam film dokumenter perjalanan wisata Ambon informasi disajikan dalam dua unsur pokok yang kemudian dipadukan, yaitu :

1. Unsur gambar atau visual :

Rangkaian kejadian : suatu peristiwa, atau kegiatan dari suatu lembaga.

Pernyataan : individu yang berbicara secara sadar dimuka kamera.

Wawancara : pewawancara boleh kelihatan.

Dokumen : gambar, grafik.

2. Unsur suara atau sound :

Narasi/presenter : suara presenter.

Atmosphere sound : suara-suara suasana dan latar belakang yang terekam selama proses shooting.

Musik-lagu : menciptakan musik sehingga penonton terbawa suasana.

Kosong-sepi : memberi kesempatan penonton memperhatikan detail lewat transisi pada bagian-bagian tertentu.

Topik dan Tema Film Dokumenter

Tema yang diangkat di dalam film ini ialah keindahan dan kebudayaan Ambon. Lewat film dokumenter ini ingin disampaikan bahwa, di Ambon juga memiliki potensi pariwisata dan kebudayaan yang tidak kalah dengan tempat-tempat lain. Masyarakat Indonesia hanya mengetahui tempat-tempat wisata yang umum seperti Bali. Padahal di Ambon juga memiliki tempat wisata yang indah dan memiliki keunikan tersendiri. Dengan video ini, dapat menarik wisatawan-wisatawan agar dapat berwisata di Ambon. Dan orang-orang akan mengenal tempat-tempat wisata yang terdapat di Ambon.

Karakteristik Target Perancangan

a. Demografis:

Umur : antara 20-60 tahun

Jenis Kelamin : lajang, dewasa menikah, menikah dan memiliki anak dan tidak menikah

Pendapatan : antara Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp.3.000.000,- Antara Rp.3.000.000,- sampai dengan Rp.6.000.000,->Rp.6.000.000,- perbulan

Pekerjaan : mahasiswa, pegawai di perusahaan swasta, pegawai negeri, wiraswasta

Pendidikan : lulus SMA, lulus Universitas

Status ekonomi : menengah sampai atas

Kebangsaan : Indonesia

b. Geografis Wilayah : seluruh Indonesia

Kepadatan : kota, padat/ramai

Iklim : mengalami 2 musim

c. Psikografis Gaya hidup : suka berlibur, santai, sehat, dan jalan-jalan

Kepribadian : suka berpetualang, menyukai tantangan, suka membaca, memiliki rasa ingin tahu yang besar, menyukai sesuatu yang unik dan baru, peduli lingkungan.

d. Behavior Kesempatan berlibur : 1-2 kali dalam setahun, sebagian besar melakukan liburan sekitar bulan Juni-Desember.

Manfaat yang dicari : refreshing, bersenang-senang, menikmati sesuatu yang berbeda dari rutinitas kehidupan wisatawan, baik pemandangan maupun kebudayaan.

Format Desain

Film dokumenter tentang promosi keindahan dan kebudayaan Ambon melalui media audio visual ini dibuat dalam film HD dengan format MP4, dengan durasi 15 menit. Durasi ini disesuaikan dengan kebutuhan banyaknya penjelasan-penjelasan tentang pariwisata dan kebudayaan yang ada di Ambon dan disertai dengan wawancara-wawancara yang mendukung. Konten secara verbal menggunakan bahasa Indonesia.

Konsep

Konsep dari video ini adalah memperlihatkan keindahan pariwisata dan kebudayaan yang ada di

Ambon agar orang-orang tertarik untuk menjadikan Ambon sebagai tempat berwisata.

Isi yang ditampilkan di dalam media adalah pantai-pantai yang memiliki potensi pariwisata dan kebudayaan yang terdapat di Ambon.

Penjaringan Ide

Ide didapatkan dari keprihatinan penulis terhadap pariwisata dan kebudayaan Ambon yang kurang dikenal masyarakat Indonesia. Itu dikarenakan kurangnya media promosi yang mendukung dan menarik perhatian orang-orang, sehingga penulis membuat film dokumenter sebagai media promosi.

Sinopsis/ Ringkasan Cerita

Kota Ambon adalah ibukota provinsi Maluku. Dulu pernah terjadi kericuhan yang cukup lama sehingga menghancurkan segala aspek pemerintahan Kota Ambon. Dampak kericuhan cukup besar, sehingga orang-orang mengenal Ambon sebagai tempat yang tidak ada apa-apanya. Tapi dibalik semua pemikiran itu, film ini akan memperlihatkan bahwa Ambon memiliki keindahan dan kebudayaan yang indah dan menarik untuk diketahui banyak orang.

Final Artwork



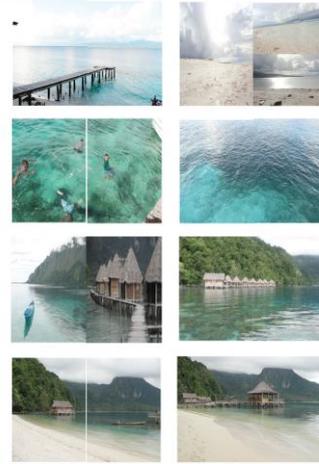
Gambar 1. Poster dari film dokumenter yang berjudul Mutiara yang Terpendam di pulau Beta



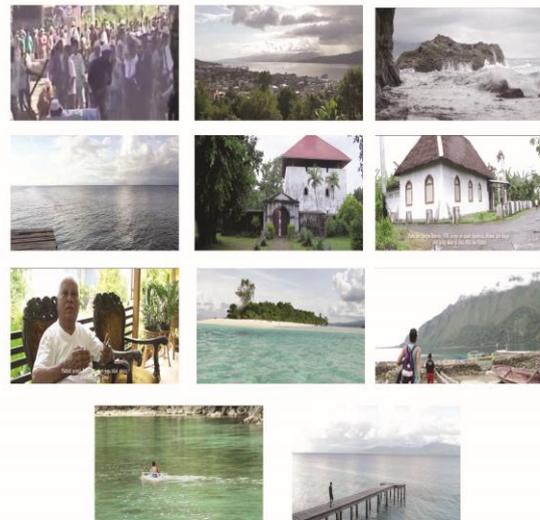
Gambar 2. Cover DVD dari film dokumenter yang berjudul Mutiara yang Terpendam di pulau Beta



Gambar 3. Label DVD dari film dokumenter yang berjudul Mutiara yang Terpendam di pulau Beta



Gambar 4. Katalog dari film dokumenter yang berjudul Mutiara yang Terpendam di pulau Beta



Gambar 5. Trailer dari film dokumenter yang berjudul Mutiara yang Terpendam di pulau Beta



Gambar 6. Trailer dari film dokumenter yang berjudul Mutiara yang Terpendam di pulau Beta

Kesimpulan

Banyak hal yang didapat dalam proses pengerjaan perancangan film dokumenter tentang keindahan dan kebudayaan Ambon. Dapat dilihat bahwa kota Ambon memiliki potensi pariwisata dan kebudayaan terutama pada keindahan pantai-pantainya. Banyak pantai yang masih terjaga keindahannya. Selain pariwisata, terdapat juga tempat-tempat bersejarah yang masih dijaga oleh penduduk sekitar contohnya Benteng Amsterdam dan Gereja Tua Hila.

Film dokumenter ini secara tidak langsung dapat membantu dinas pariwisata dan kebudayaan Ambon dalam usaha mempromosikan pariwisata dan kebudayaan di Kota Ambon. Dengan adanya film dokumenter ini, masyarakat Indonesia dapat mengetahui bahwa di Ambon juga terdapat keindahan dan kebudayaan yang layak untuk dijadikan tempat berwisata. Dengan memaparkan keindahan-keindahan pantai dan kebudayaannya saat ini dapat memberikan informasi yang utuh kepada penonton.

Dalam proses pembuatan film dokumenter ini juga menggunakan beberapa teknik fotografi seperti wide-angle yang sangat membantu dalam proses pengambilan gambar di ruangan yang cukup sempit dan close-up untuk penjelasan lebih detail sehingga

dapat terlihat dengan jelas. Penggunaan kamera D-SLR dalam proses produksi dapat memberikan hasil gambar yang lebih baik dan tajam. Dalam memperlihatkan dan mempermudah proses penyampaian tentang pariwisata dan kebudayaan di kota Ambon.

Dengan melakukan pembahasan tentang pariwisata dan kebudayaan Ambon kedalam sebuah film dokumenter yang dikemas dengan baik, memberikan sebuah kontribusi tinggi yang berhubungan dengan upaya promosi sekaligus proses pelestarian keindahan dan kebudayaan di Indonesia khususnya kota Surabaya.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini, yang dilakukan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual.

Ucapan terima kasih juga penulis berikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam perancangan laporan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Bapak Drs. Prayanto W.H., M.Sn. selaku dosen pembimbing pertama, yang telah membimbing dan membantu dalam memecahkan masalah yang ada selama ini.
2. Bapak Hen Dian Yudani, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing kedua, yang telah memberikan banyak saran-saran dan ide yang berguna bagi perancangan.
3. Bapak Erandaru, S.T., M.Sc. Dan Bapak Ryan Pratama Sutanto, S.Sn. selaku dosen penguji Sidang Tugas Akhir Periode 24.
4. Semua teman-teman Tugas Akhir Periode 24, yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Orang tua dan segenap keluarga atas dukungan moril dan materiil selama ini.
6. Pihak-pihak staf dari Universitas Kristen Petra dan Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tak ada manusia yang sempurna. penulis memohon maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan selama proses perancangan karya Tugas Akhir ini.

Daftar Pustaka

Manajemen Kepariwisata. Trans. Frans Gromang. Jakarta: Pradnya Paramita, 1989.

Jaiz, H.A. (1999). *Ambon Bersimbah Darah*. Al_Chaidar.

Al-Mukmin. (1999). *Tragedi Ambon*. Jakarta Timur: Yayasan Al- Mukmin.

Ayawaila, Geroon R. *Dokumenter Dari Ide Sampai Produksi*. Jakarta: Fakultas Film dan Televisi, 2008.

Baksin, Askurifai. *Videografi*. Bandung: Widya Padjajaran,2009

Effendi, Dadan. *Kamera Video*. Surabaya : Karya Anda,1993.

Bagyono."PariwisatadanPerhotelan."Bandung:Alfab eta.2007.

Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan*. Jakarta:PT Pustaka Utama Grafiti,1992

Cummins, Julian. *Promosi Penjualan*. Jakarta: Binarupa Aksara,1991.

Fandeli,Chafid,ed."DasarDasarManajemenKepariwisata
taan Alam."Pengertian dan Kerangka Dasar
Kepariwisataaan. Yogyakarta: Liberty Offset,1995.35-
44

Pemasaran Pariwisata. Bandung:Angkasa,1980